

La mesure du commerce électronique à l'Insee

Division Commerce - Insee



Définition de l'OCDE

Définition internationale du commerce électronique

« La vente ou l'achat de biens et services, effectués par une entreprise, un particulier, une administration ou toute autre entité publique ou privée, et réalisé au moyen d'un réseau Électronique »

- Choix d'une définition pour le commerce électronique (*Si la commande ou le paiement sont passés en ligne ? Faut-il inclure le drive ? Le retrait en magasin ?*)
- Faut-il mesurer les ventes de biens ? De services ?
- Choix d'une mesure pour le commerce électronique (*Le chiffre d'affaires ? Les montants de transactions ? Des ventes de marchandises ?*)

01

ENQUÊTES ENTREPRISES INSEE POUR LA MESURE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le commerce électronique : l'enquête TIC annuelle de l'Insee

- L'objectif de l'enquête TIC est de mesurer l'utilisation des outils numériques par les entreprises. La mesure du commerce électronique n'est pas son objectif premier.
- Ainsi, le champ de l'enquête semble large par rapport à la notion de vente à distance.
- Chaque année, l'échantillon comporte environ 12 500 unités légales tous secteurs confondus.

Champ de l'enquête :

- Unités légales de 10 personnes occupées ou plus (salariés et non-salariés),
- Implantées en France métropolitaine ou dans les DOM,
- Appartenant aux secteurs marchands hors secteurs agricoles, financiers et d'assurance

Le commerce électronique : l'enquête TIC de l'Insee

III : Commerce électronique

Une transaction de **commerce électronique** est la vente ou l'achat de biens ou de services effectués sur des réseaux informatiques par des procédés spécialement conçus pour recevoir ou passer des commandes. Le paiement et la livraison des biens ou des services ne doivent pas nécessairement être effectués en ligne. Une transaction de commerce électronique **exclut** les commandes passées par téléphone, fax ou par courriels tapés manuellement.

Dans les questions qui suivent, merci de **séparer** ventes via un site web ou une appli et ventes de type EDI (échange de données informatisé).

Ventes web

Les ventes web incluent les commandes et réservations réalisées par vos clients via :

- les sites web ou applications mobiles de votre entreprise, y compris extranets ;
- les places de marché (marketplaces) * électroniques (utilisées par plusieurs entreprises pour vendre des biens ou services) sur lesquelles vous êtes présent.

Les commandes passées par courriel ne comptent pas comme des ventes web.

→ 1. En 2020, votre entreprise a-t-elle réalisé des ventes web de biens ou de services via :

(à l'exclusion des messages saisis manuellement)

votre propre site web ou appli mobile (incluant ceux du groupe et les extranets) ?

Oui Non

les places de marché (marketplaces) utilisées par plusieurs entreprises pour commercialiser des produits (Alibaba, Amazon, Amazon Business, App Store, Booking, Cdiscount, eBay, Fnac, Mercateo, Rakuten, RueduCommerce, etc.) ?

Oui Non

Le commerce électronique : l'enquête TIC de l'Insee

→ 8. En 2020, quelle était la répartition du montant de vos ventes web par type de clientèle ?

Se référer au montant ou à la part des ventes web indiqués aux questions III.2 ou III.3.

(le total doit être égal à 100%)

	Part du montant des ventes web réalisées
Ventes aux particuliers (B2C)	%
Ventes à d'autres entreprises (inter-entreprises, B2B) ou des administrations (BtoG)	%
Total	100 %

Ventes de type EDI

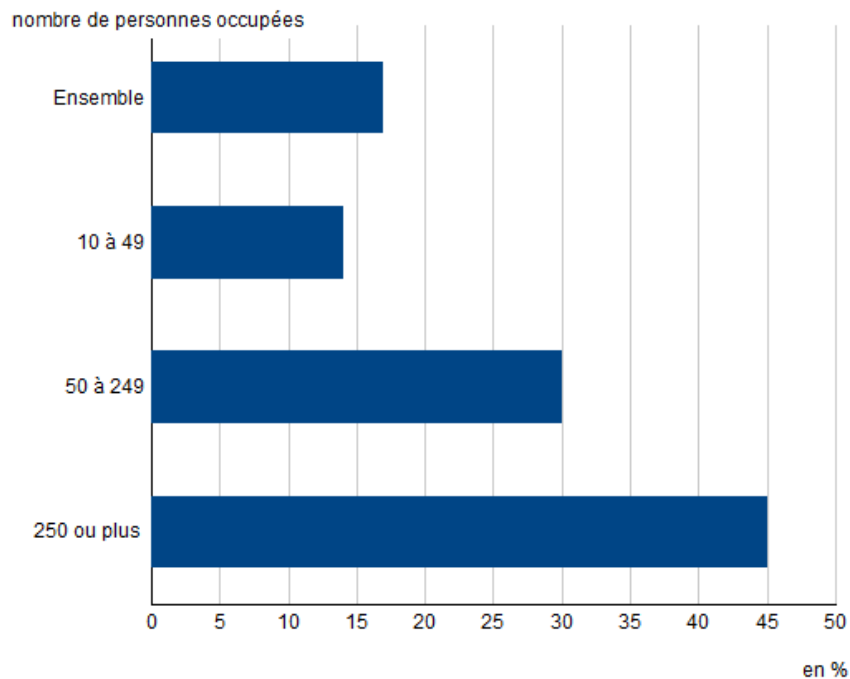
Les ventes de type EDI (échange de données informatisé) couvrent les commandes passées par vos clients professionnels via des messages de type EDI, c'est-à-dire dans un format standard permettant leur traitement automatique, y compris les commandes passées via un **logiciel e-achat**, des **catalogues électroniques**, etc. (e-procurement), y compris les commandes reçues directement dans votre système **ERP** (Enterprise Resource Planning) *.

→ 12. En 2020, votre entreprise a-t-elle réalisé des ventes de biens ou de services de type EDI ?

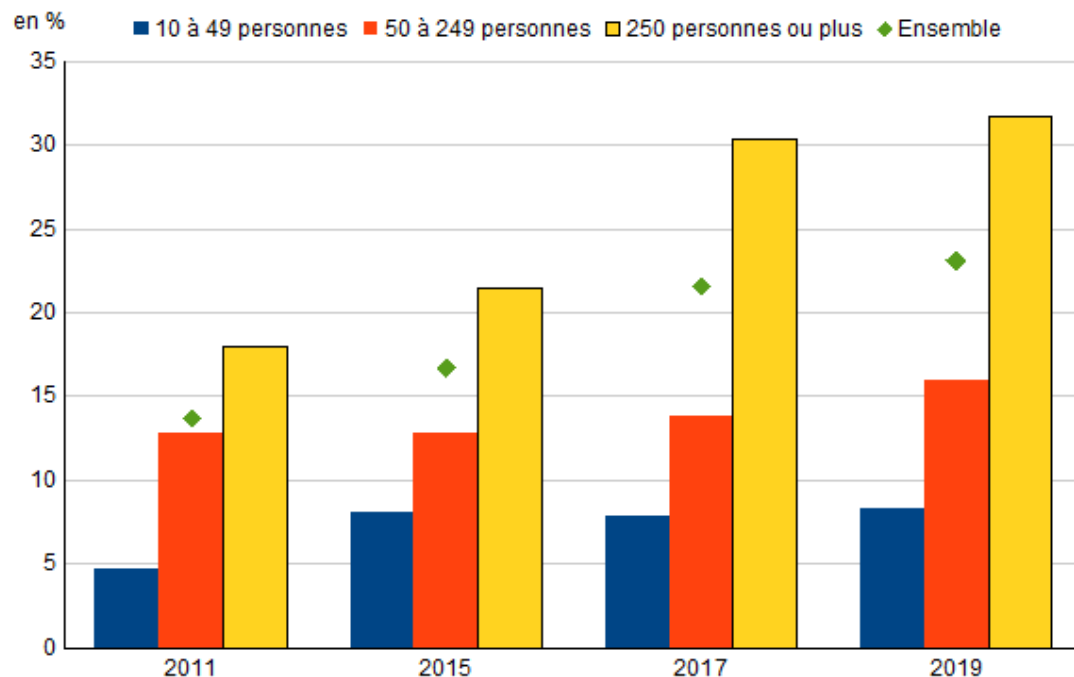
- Oui
 Non

Moins de 20 % des sociétés de 10 salariés et plus effectuent des ventes en ligne

Part en 2019 des sociétés réalisant des ventes dématérialisées selon leur taille



Les ventes dématérialisées représentent environ 20 % du chiffre d'affaires total des sociétés de 10 salariés et plus.



Le commerce électronique : l'enquête ESA de l'Insee

- Comme l'enquête TIC, l'enquête ESA n'a pas pour objectif premier de mesurer le e-commerce : le but de l'ESA est la ventilation du chiffre d'affaires par branche.
- Le champ de l'enquête est très large et correspond aux entreprises implantées en France métropolitaine et dans les DOM. Les entreprises de moins de 10 personnes occupées sont incluses, contrairement à l'enquête TIC.
- Le questionnaire de l'ESA comporte un cadre sur les formes de ventes, qui inclut le e-commerce. Toutefois, ce cadre n'est proposé qu'aux unités légales du commerce de détail (APE 47)
- Environ 16 000 unités enquêtées en 2019 sur un échantillon total de 117 000.

Le commerce électronique : l'enquête ESA de l'Insee

VI - CHIFFRE D'AFFAIRES ET FORMES DE VENTE

Chiffre d'affaires et formes de vente

Les « Ventes en magasin » concernent aussi les autres points de vente assimilés (bureaux de vente, kiosques, stands fixes dans les gares, les centres commerciaux ou les galeries marchandes, rayons concédés dans les grands magasins...). Les « Supermarchés » réalisent plus de 2/3 de leur chiffre d'affaires en vente de produits alimentaires. Les « Magasins multi-commerces » (anciennement magasins populaires) réalisent entre 1/3 et 2/3 de leur chiffre d'affaires en vente de produits alimentaires. La « Vente à distance » comprend la vente par internet (commande passée en ligne y compris Drive, livraison à domicile, retrait en magasin...) et la vente par correspondance.

Veillez ventiler votre chiffre d'affaires hors TVA exclusivement pour les ventes de marchandises au détail (hors carburant) entre les différentes formes de vente du commerce de détail gérées par votre entreprise (ventes en magasin et hors magasin)

➔ 1. Veuillez indiquer si votre réponse est :

- En euros
- En pourcentage

Le commerce électronique : l'enquête ESA de l'Insee

→ 3. VENTES HORS MAGASIN

Formes de vente	Code	Montants en euros ou %
Vente à distance sur catalogue général via internet (y.c. drive, livraison à domicile...)	9101	
<i>dont drive</i>	9103	
Autre vente à distance sur catalogue général	9102	
Vente à distance sur catalogue spécialisé via internet (y.c. drive, livraison à domicile...)	9106	
<i>dont drive</i>	9104	
Autre vente à distance sur catalogue spécialisé	9107	

Données issues du rapport des comptes du commerce (N°E2020/05, Décembre 2020)

Unités du commerce de détail

Formes de vente	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2019p	
	2017	2018	2019p	2017	2018	2019p	en Md€	en %
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	1,1	0,7	-0,3	1,9	2,7	0,6	481,7	91,4
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	5,3	5,2	2,9	5,0	5,4	2,9	45,6	8,6
Commerce sur éventaire ou marché	-5,3	3,0	1,1	-3,9	5,4	3,3	6,3	1,2
Ventes à distance et autres formes de commerce	7,2	5,5	3,2	6,5	5,4	2,8	39,3	7,5
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,4	1,1	0,0	2,2	2,9	0,8	527,3	100,0
<i>dont : activités artisanales</i>	4,8	1,2	3,2	5,7	2,8	5,1	16,5	3,1
<i>dont : commerce de détail (hors pharmacies ³) et artisanat commercial</i>	1,3	0,9	-0,2	2,3	3,0	0,9	489,1	92,8

Données issues du rapport des comptes du commerce (N°E2020/05, Décembre 2020)

Unités du commerce de détail

FORMES DE VENTE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin		
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Phar-macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin
PRODUITS													
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	96 813	33 736	29 058	4 678	58 076	159	70	87	1	1	4 842	1 048	3 794
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	99 386	18 377	9 846	8 532	67 947	2 450	567	1 359	335	189	10 612	7 798	2 814
TOTAL ALIMENTAIRE	215 090	63 850	50 411	13 439	126 448	9 156	637	7 978	350	190	15 637	9 019	6 618
TOTAL PRODUITS LIÉS À L'AUTOMOBILE	40 311	990	314	675	19 652	19 244	75	2 067	17 101	2	426	357	68
TOTAL PHARMACIE	45 122	4	2	1	98	40 216	0	2 888	0	37 328	4 804	534	4 270
TOTAL ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE	85 418	840	532	308	12 425	63 697	5 327	57 760	0	610	8 456	7 573	883
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	141 299	1 356	873	483	19 973	103 700	6 419	97 149	110	22	16 270	13 918	2 352
TOTAL NON ALIMENTAIRE	312 150	3 189	1 722	1 468	52 148	226 856	11 820	159 863	17 210	37 963	29 956	22 382	7 574
TOTAL AUTOMOBILE	63	3	2	0	17	43	0	35	7	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	527 303	67 042	52 135	14 907	178 613	236 055	12 457	167 877	17 568	38 153	45 593	31 402	14 191

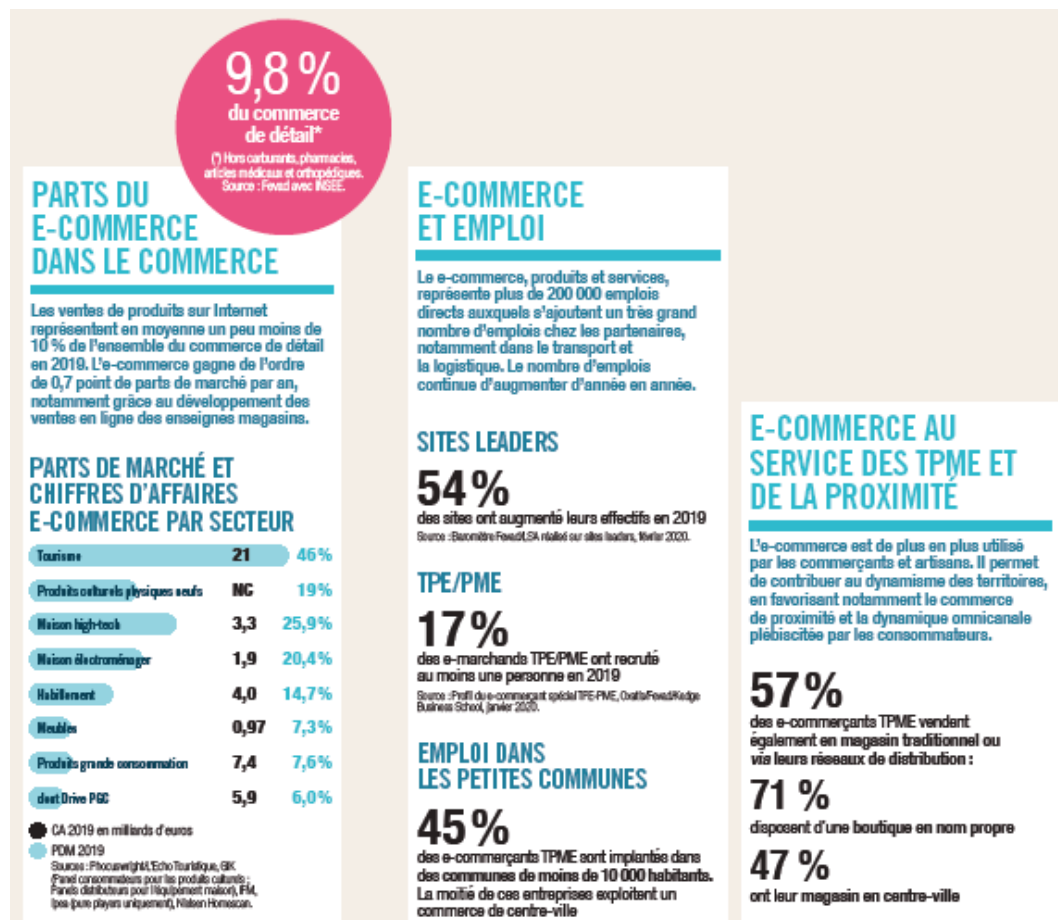
02

SOURCE EXTERNE POUR LA MESURE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le commerce électronique : l'indicateur ICE de la Fevad

La Fevad construit un indicateur en se basant sur les transactions des sites internet.

- Indicateur proche d'une notion de consommation : les sites internet sont sélectionnés s'ils sont « à destination des résidents français »
- Données quasi instantanées sur le e-commerce, rapidement reprises dans l'actualité et dans la presse
- La Fevad alimente également de ses chiffres la banque de France et ses publications sur le commerce de détail



Les chiffres du commerce électronique selon les différentes sources

- Dans les enquêtes TIC et ESA, les entreprises déclarent un pourcentage de chiffre d'affaires en ventes web (et EDI pour TIC). Dans l'enquête TIC, les entreprises précisent également la répartition entre ventes BtoB et BtoC.
- La Fevad s'intéresse directement aux transactions sur les sites internet

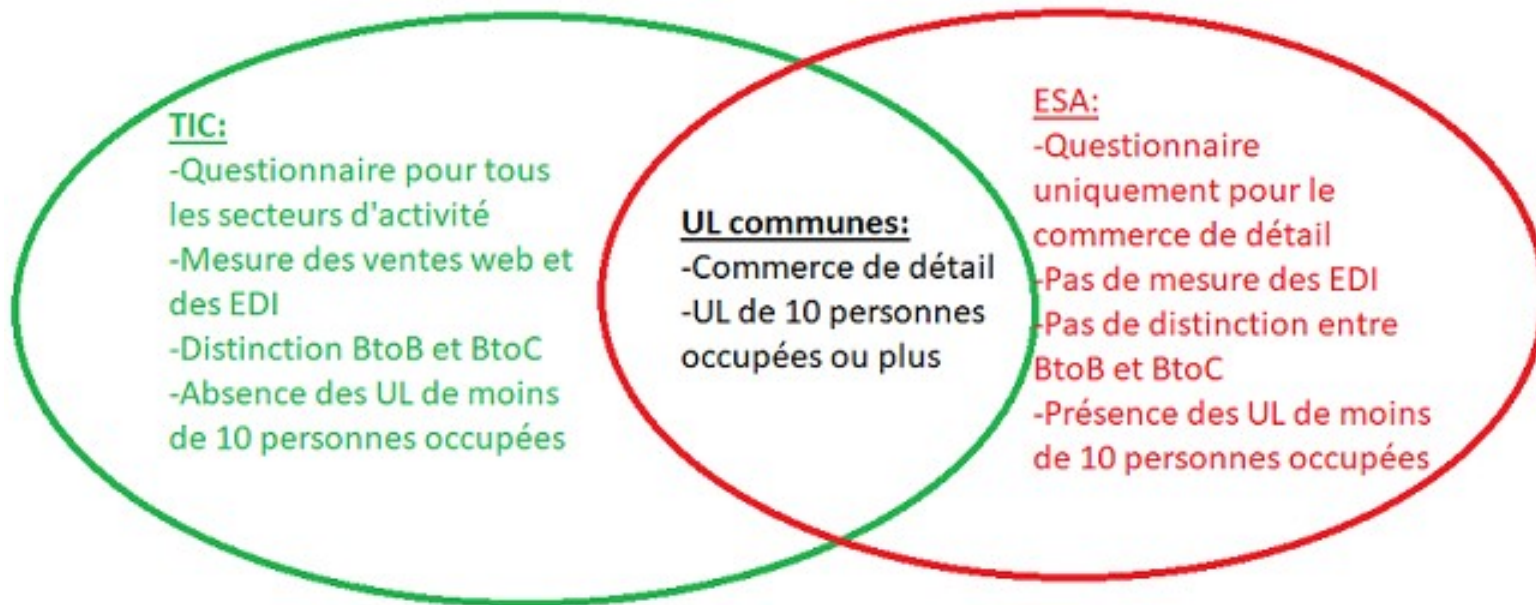
Valeurs des ventes BtoC en 2019

Fevad	TIC	Esa
103,4 Mds	88,7 milliards d'euros	
<i>Dont 45,5 Mds€ de biens</i>	<i>Dont 28,1 Mds€ dans le commerce (hors commerce et réparation d'automobile)</i>	
	<i>Dont 5,5 Mds€ dans le commerce de gros</i>	
	<i>Dont 22,6 Mds€ dans le commerce de détail</i>	31,4 Mds€ d'euros dans le commerce de détail
<i>Dont 57,9 Mds€ de services</i>	<i>Dont 31,0 Mds€ dans les services</i>	
	<i>Dont 29,6 Mds€ autres (industries...)</i>	

03

LIMITES DES SOURCES UTILISÉES POUR LA MESURE DU E-COMMERCE

Différences entre les champs de TIC et de l'ESA



Limites de l'enquête TIC

Limites dues à l'échantillonnage :

Secteur	Nombre d'unités légales interrogées	Nombre d'unités légales ayant recours au e-commerce
Commerce	2097	1053
Industrie et construction	3320	890
Services	3437	771
Ensemble	8854	2714

Le nombre d'unités légales échantillonnées ne permet pas de faire une analyse sectorielle à un niveau fin

Limites de l'enquête TIC

- Qualité des réponses : certaines unités légales déclarent des montants de ventes en ligne assez différents d'une année sur l'autre

Limites des concepts mesurés :

- Cas des contrats à renouvellement automatique : EDF est le principal contributeur aux ventes web dans l'enquête TIC (20 % des ventes web). Les contrats d'EDF sont à renouvellement automatique. *Est-ce considéré comme de la vente à distance ?*
- Cas des ventes dématérialisées : une telle vente ne se fait pas toujours à distance. Exemple : commande sur une borne en magasin

Limites de l'enquête ESA

- Seules les unités légales du commerce de détail (APE 47) sont interrogées sur leurs ventes à distance : ce champ est trop restrictif pour mesurer le e-commerce.
- Les entreprises du commerce de détail comptent pour 25 % des ventes BtoC dans l'enquête TIC

Secteur	Part des ventes BtoC dans TIC
Industrie et construction	31,8 %
Commerce	33,3 %
<i>dont commerce de gros</i>	6,2 %
<i>dont commerce de détail</i>	25,5 %
Services	34,9 %

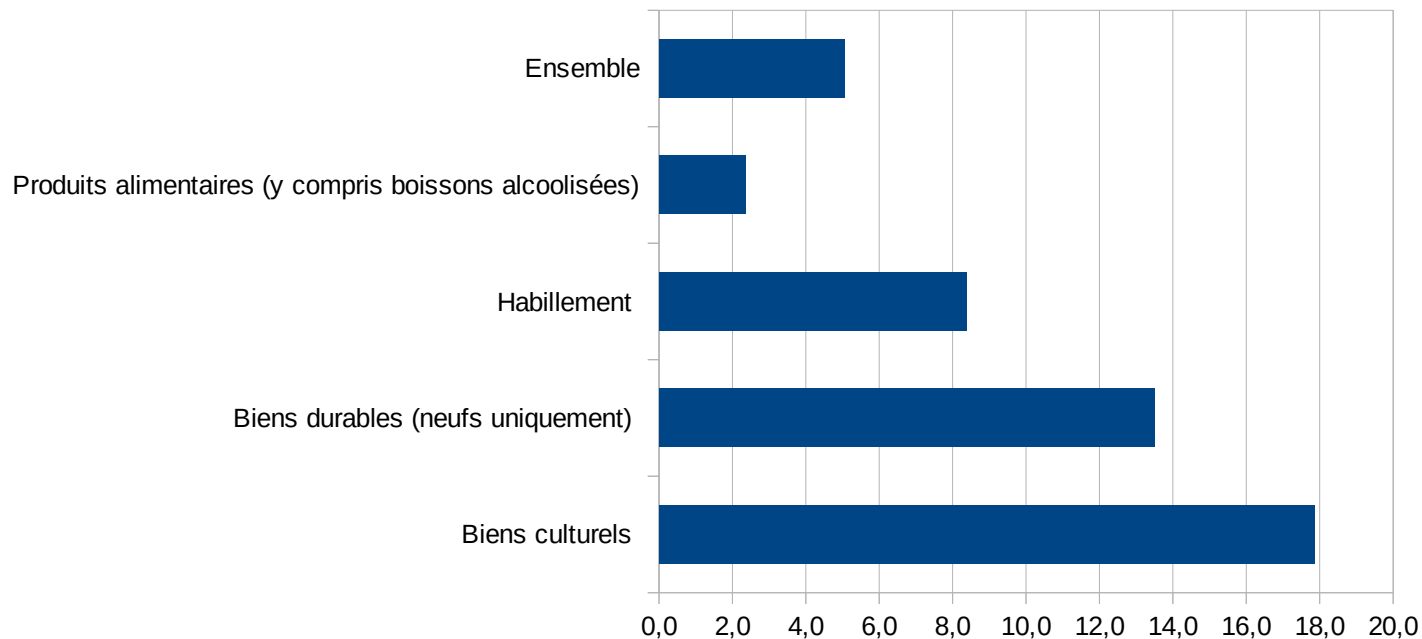
04

AUTRES SOURCES EXPLOITABLES POUR LA MESURE DU E-COMMERCE

Les enquêtes ménages de l'Insee

- L'enquête Budget de Famille : cette enquête permet de ventiler les dépenses de consommation des ménages selon le lieu d'achat. Selon les résultats de la dernière enquête portant sur 2017, les ménages réalisent 5 % de leurs dépenses de consommation de biens sur internet.
- L'enquête « TIC Ménages » : 64 % des individus ont fait un achat sur internet en 2019 contre 39 % en 2009.

Répartition des dépenses selon le lieu d'achat pour différents types de biens en France

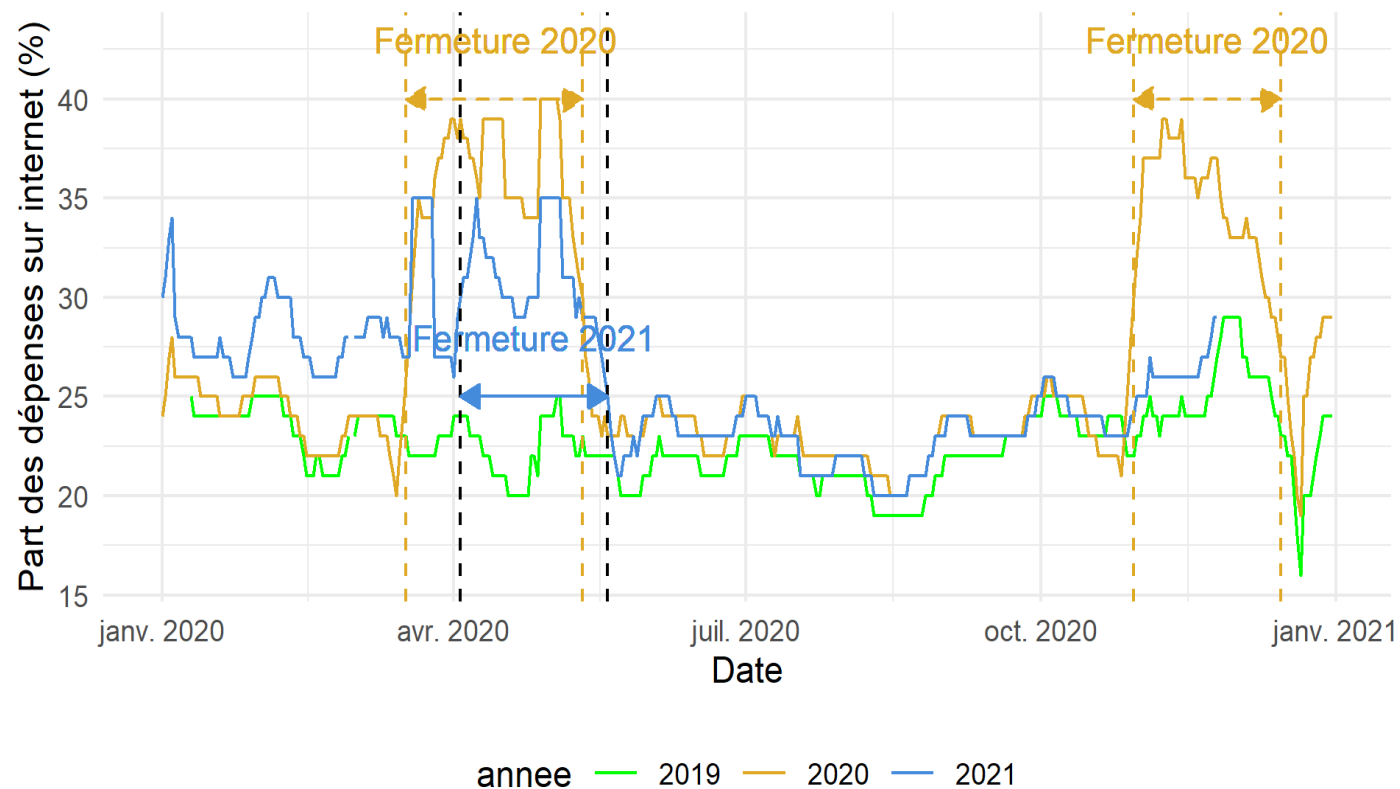


Source : Insee, enquête budget de famille 2017

Les transactions par carte bancaire CB

- Source intéressante pour suivre en temps quasi réel l'évolution des achats en ligne
- Cependant, il n'est pas possible de connaître le détail des produits achetés ni de faire une analyse sectorielle fine

Part des dépenses par cartes bancaires CB réalisées sur internet (en%)



CONCLUSION

La mesure du commerce électronique est une tâche complexe :

- La définition varie selon la source mobilisée : ventes web, ventes BtoB et BtoC, ventes EDI, transactions
- Les sources mobilisées à l'Insee ne fournissent qu'une mesure « partielle » du commerce électronique : unités de 10 personnes occupées pour l'enquête TIC, restriction au secteur du commerce de détail pour l'ESA

Au-delà des données de la statistique publique, l'IGF (rapport 2021 ; p.13 et 15) relève la difficulté à mesurer le commerce en ligne en France :

« la mesure exacte de la taille du marché français du commerce en ligne reste toutefois difficile à obtenir en raison de sa très grande dispersion et diverge selon les sources »

Retrouvez-nous sur

insee.fr



Division Commerce - Insee

- La Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) mesure le commerce électronique en s'appuyant sur les transactions des sites internet.
- Publication chaque année d'un ensemble d'indicateurs sur le e-commerce : les chiffres clés de la Fevad
- Production avec Médiamétrie d'un baromètre des sites de e-commerce

Classement des sites selon le nombre de visiteurs uniques moyens (données portant sur l'année 2020)

Site internet	Nombre de visiteurs uniques (en millions)
Amazon	24,5
Fnac	11,6
Cdiscount	8,1
E.Leclerc	7,0
Vepee	6,8

E-commerce aux particuliers

L'e-commerce aux particuliers maintient son dynamisme, porté par la transformation digitale des entreprises, le développement de nouveaux services et l'essor des produits issus de l'économie circulaire. Cette croissance profite aussi de la progression de l'usage du smartphone qui offre aux consommateurs la possibilité de préparer, de commander et de suivre leurs achats en mobilité.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

Les ventes sur Internet, produits et services confondus, ont franchi le cap des 100 milliards d'euros en 2019, avec une progression globale de 11,6 % sur un an. La vente de produits représente 44 % du chiffre d'affaires, contre 55 % pour la vente de services. Au cours des quatre dernières années, le e-commerce a progressé en moyenne de 13 % par an. Outre la poursuite du développement de l'offre en ligne, le e-commerce bénéficie également d'une nouvelle augmentation du nombre d'acheteurs et de leur usage grandissant du mobile. Chez les sites leaders, les commandes sur mobile ont progressé de 4 points sur un an et représentent désormais près de 40 % du chiffre d'affaires global.

103,4 milliards d'€
+ 11,6 % par rapport à 2018
Source : Fevad IS.

1,7 milliard
de transactions en ligne en 2019
+ 18,7 % par rapport à 2018
Source : Fevad IS.

CA E-COMMERCE (en milliards d'euros)



E-ACHETEURS, M-ACHETEURS

L'achat Internet à partir du mobile a séduit de nombreux consommateurs en 2019 : + 3,1 millions, soit + 23,7 % sur un an. Désormais, 3 internautes sur 10 achètent à partir de leur mobile, les plus jeunes (25/34 ans) et les femmes étant particulièrement utilisateurs.

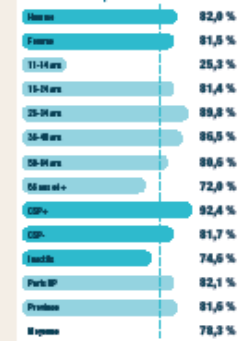
89%

des e-acheteurs déclinent que l'e-commerce est globalement positif pour les consommateurs.

Source : Médiamétrie - Observatoire de l'usage Internet T1 2020.

PROFIL DES E-ACHETEURS

% d'acheteurs par cible d'internautes



Au total, ce sont 9 internautes sur 10 qui achètent sur Internet tous domaines confondus (+ 900 000 sur un an), avec un taux d'e-acheteurs relativement homogène sur le territoire, allant de 72,0 % en Bourgogne-Franche-Comté, à 83,6 % en Occitanie.

40 millions

de Français achètent sur Internet 78,3 % des internautes.

Source : Médiamétrie - Observatoire de l'usage Internet T1 2020.

16,3 millions de Français ont effectué des achats à partir de leur mobile au cours des 12 derniers mois.

PÉNÉTRATION RÉGIONALE

% d'acheteurs par cible d'internautes

